

XÂY DỰNG KHUNG LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU VỀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LẮP ĐẶT HỆ THỐNG CAMERA AN NINH CỦA NGƯỜI DÂN THÀNH PHỐ LONG XUYỀN

● LÊ THỊ NGỌC TIỀN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này trình bày khung lý thuyết nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt hệ thống camera an ninh của người dân TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang. Nghiên cứu bắt đầu bằng việc tham khảo các lý thuyết, các kết quả nghiên cứu trong và ngoài nước về quyết định lắp đặt hệ thống camera an ninh của người dân. Trên cơ sở lý thuyết lược khảo cùng việc kế thừa các nghiên cứu trước và các mô hình nghiên cứu lược khảo, tác giả đã đề xuất 5 nhóm yếu tố với 20 biến quan sát ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt hệ thống camera an ninh bao gồm: (1) Đặc tính sản phẩm, (2) Đặc điểm của cửa hàng, (3) Sự cảm nhận về giá, (4) Thương hiệu sản phẩm, và (5) Đặc điểm khách hàng.

Từ khóa: hệ thống camera an ninh, an ninh, TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang.

1. Đặt vấn đề

Camera an ninh, còn được gọi là camera giám sát hoặc camera CCTV (Closed-Circuit Television), là hệ thống gồm các camera video được sử dụng để giám sát và ghi lại hoạt động trong một khu vực cụ thể cho mục đích an ninh và giám sát. Những camera này được đặt ở vị trí chiến lược cả trong không gian công cộng và tư nhân để ngăn chặn tội phạm, bảo vệ tài sản và đảm bảo an toàn (Tech Target, 2011).

Tại Việt Nam, tỷ lệ camera là khoảng 2,6 camera/100 dân, chỉ cần gõ từ khóa “camera

country:vn”, sẽ thấy tại Việt Nam hiện có 367.000 camera giám sát đang trực tuyến trên mạng (Trọng Đạt, 2021). Camera an ninh đóng góp to lớn cho an ninh quốc gia và nhiều khu vực khác. Ngoài bảo đảm quốc phòng an ninh, camera còn là công cụ hữu hiệu để chính phủ dễ dàng quản lý những hoạt động công cộng diễn ra trong đời sống hàng ngày.

Nhu cầu về an ninh ngày càng trở nên quan trọng. Đặc biệt, tại An Giang (có TP. Long Xuyên là đô thị loại 2), việc đảm bảo an toàn cho gia đình và doanh nghiệp đang trở thành mối quan tâm

hàng đầu. Dịch vụ lắp đặt camera An Giang đang ngày càng trở nên phổ biến (Phượng Tiên, 2024). Chính vì vậy, nghiên cứu này sẽ cung cấp rõ hơn thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua camera an ninh của người dân TP. Long Xuyên. Ngoài ra, nghiên cứu cũng cung cấp cơ sở khoa học cho việc kiểm định một mô hình nghiên cứu đề xuất trước khi áp dụng vào thực tiễn.

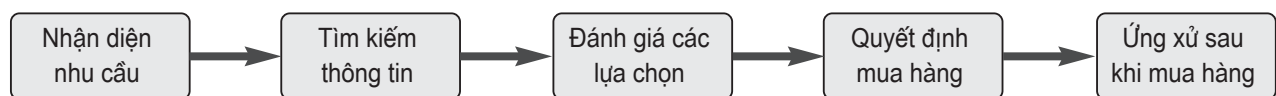
2. Mô hình nghiên cứu đề xuất, các giả thuyết nghiên cứu và xây dựng thang đo

2.1. Khái niệm về quyết định mua

Quyết định mua liên quan đến một chuỗi các lựa chọn được hình thành bởi người tiêu dùng trước khi mua hàng, người tiêu dùng đưa ra quyết định liên quan đến địa điểm mua, nhãn hiệu mong muốn, mẫu mã, số lượng mua, thời gian mua, chi phí và phương thức thanh toán (Hanaysha, 2018).

Quy trình ra quyết định mua của người tiêu dùng được Kotler và Armstrong (2012) xây dựng, với mục đích nhận biết khi một người đi đến quyết định mua hàng họ sẽ có những hành động ra sao. Thông thường, tiến trình mua hàng của khách hàng sẽ diễn ra theo 5 giai đoạn như Hình 1.

Hình 1: Quy trình ra quyết định mua của người tiêu dùng



Nguồn: Kotler và Armstrong (2012)

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua camera an ninh của người dân

2.2.1. Đặc tính sản phẩm

Dựa trên các kết quả khảo sát cả trong và ngoài nước, đặc tính sản phẩm thường được sử dụng trong nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng quyết định sử dụng sản phẩm của người tiêu dùng. Trong đặc tính của camera an ninh phát huy được khả năng chống trộm (Võ Thành Tâm, 2016). Tiếp đến, sản phẩm có độ bền cao và vận hành liên tục (Võ Thành Tâm, 2016; Malviya và cs. (2013), và Ichsan (2012)), cũng được khách hàng luôn nghĩ đến khi lựa chọn sản phẩm. Quyết định mua cũng chịu ảnh hưởng vào đặc tính dễ lắp đặt

và thời gian lắp đặt nhanh chóng (Võ Thành Tâm, 2016). Đặc tính dễ sửa chữa và bảo hành có tác động đến quyết định mua sản phẩm (Võ Thành Tâm, (2016); Lưu Thị Thùy Vân, (2016)). Sau cùng, tính năng phát ra báo động khi có người lạ đột nhập (Thảo luận tay đôi, 2023) được sự đồng thuận của các đáp viên. Do đó, tác giả đưa ra giả thuyết như sau:

H1: Đặc tính sản phẩm có ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt camera an ninh của người dùng.

2.2.2. Đặc điểm của cửa hàng

Theo Võ Thành Tâm (2016), cửa hàng đáng tin cậy, nằm ở vị trí thuận lợi, dễ tìm thấy, quy mô lớn sẽ được khách hàng tin tưởng, lựa chọn là nơi quyết định mua sản phẩm. Với các cửa hàng liên hệ có đặc điểm nổi bật sẽ được khách hàng để tâm khi lựa chọn. Bên cạnh đó, cửa hàng có bán hàng online càng được người tiêu dùng mong muốn lựa chọn và tính thuận tiện trong mua hàng (Thảo luận tay đôi, 2023). Từ đó, giả thuyết H2 được đề xuất là:

H2: Đặc điểm của cửa hàng có ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt camera an ninh của người dùng.

2.2.3. Sự cảm nhận về giá

Khi lựa chọn mua sản phẩm, người tiêu dùng sẽ cân nhắc khi chấp nhận mức giá cho sản phẩm đó ra sao để quyết định bỏ tiền ra để mua nó. Chính vì lẽ đó, khi giá cả phù hợp với chất lượng thì người tiêu dùng sẽ có thể quyết định sử dụng sản phẩm (Võ Thành Tâm, 2016; Shabrin và cs., 2017). Giá cả phù hợp với thu nhập (Võ Thành Tâm, 2016) và giá hợp lý nhất giữa các đại lý cạnh tranh (Võ Thành Tâm, 2016) cũng có các ảnh hưởng đến quyết định của người tiêu dùng. Ngoài ra, thời gian thanh toán linh động (Võ Thành Tâm, 2016; Lưu Thị Thùy Vân, 2016), và chính sách giá ổn định sẽ khiến người tiêu dùng

để tâm đến quyết định lắp camera an ninh (Võ Thành Tâm, 2016). Chính vì vậy, giả thuyết H3 được đề xuất như sau:

H3: Sự cảm nhận về giá có ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt camera an ninh của người dùng.

2.2.4. Thương hiệu sản phẩm

Việc chọn lựa giữa các thương hiệu nổi tiếng cũng sẽ có tác động đáng kể đến quyết định của người dùng (Ichsan, 2012; Võ Thành Tâm, 2016). Thương hiệu phổ biến, nhiều người sử dụng cũng sẽ là yếu tố khiến người tiêu dùng ưu tiên chọn lựa (Võ Thành Tâm, 2016). Bên cạnh đó, thương hiệu đạt chuẩn quốc tế thể hiện rất rõ mối quan tâm mà người sử dụng quyết định tin dùng (Võ Thành Tâm, 2016; Shabrin và cs. 2017). Từ đó, giả thuyết H4 được đề xuất như sau:

H4: Thương hiệu sản phẩm có ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt camera an ninh của người dùng.

2.2.5. Yếu tố nhân khẩu học

Các yếu tố thuộc về cá nhân cũng có ảnh hưởng về sự khác biệt đến quyết định mua của khách hàng. Theo kết quả nghiên cứu của Võ Thành Tâm (2016) các khách hàng có đặc tính cá nhân của khách hàng cũng tạo nên những khác biệt rõ rệt về nhận thức cho quyết định lắp đặt camera của khách hàng. Giả thuyết được đưa ra như sau:

H5: Có sự khác biệt về giới tính, độ tuổi, thu nhập đến quyết định lắp đặt camera an ninh của người dùng.

3. Phương pháp nghiên cứu

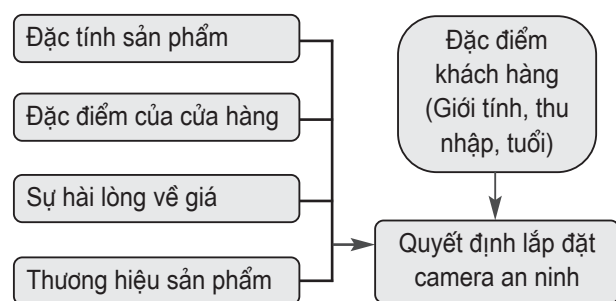
Tiến hành nghiên cứu sơ bộ bằng 2 phương pháp cơ bản là nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng khi bắt đầu lược khảo các tài liệu nghiên cứu. Từ đó, tác giả hình thành thang đo sơ bộ lần 1. Sau đó, thực hiện thảo luận tay đôi với 5 người tiêu dùng đã sử dụng camera an ninh và tiến hành hiệu chỉnh thang đo cho phù hợp. Kiểm tra lại thang đo lần 2 bằng kiểm định hệ số Cronbach's Alpha, với cỡ mẫu là 30 để kiểm tra độ tin cậy thang đo.

4. Kết quả nghiên cứu

Dựa trên kết quả nghiên cứu sơ bộ cho thấy, các hệ số Cronbach's Alpha của các biến Đặc tính sản phẩm, Đặc điểm của cửa hàng, Sự cảm nhận về giá và Thương hiệu sản phẩm lần lượt bằng 0,647; 0,709; 0,670 và 0,690 đều lớn hơn 0,6 và tương quan biến tổng của các thang đo đều lớn hơn 0,3. Thang đo đảm bảo độ tin cậy và được đề xuất đưa vào nghiên cứu mở rộng với cỡ mẫu lớn hơn trong nghiên cứu tiếp theo.

Dựa trên các cơ sở lý thuyết đã đề cập, cùng việc kế thừa các nghiên cứu trước và các mô hình nghiên cứu tham khảo, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua camera an ninh của người dân như Hình 2.

Hình 2: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất, 2023

Những yếu tố chính tác động đến quyết định lắp đặt camera an ninh của người dân TP. Long Xuyên chủ yếu dựa trên: Đặc tính sản phẩm, Đặc điểm của cửa hàng, Sự cảm nhận về giá và Thương hiệu sản phẩm. Biến phụ thuộc “Quyết định mua camera an ninh” (gồm các biến số: Tôi sẽ quyết định lắp camera để dễ dàng kiểm soát và quản lý; Tôi sẽ quyết định lắp camera ở cửa hàng gần với tôi; Tôi sẽ quyết định lắp camera với giá cả phù hợp; Tôi sẽ quyết định lắp camera với cửa hàng có thương hiệu) được kế thừa từ nghiên cứu của Võ Thành Tâm (2016) và sẽ sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đo lường các nhóm yếu tố.

Từ kết quả nghiên cứu sơ bộ, mô hình nghiên cứu và thang đo đề xuất là hoàn toàn phù hợp để nghiên cứu tại TP. Long Xuyên.

5. Kết luận

Nghiên cứu được bắt đầu từ việc tham khảo các lý thuyết và kết quả nghiên cứu trước đây về quyết định mua camera an ninh của người dân, cùng với việc phân tích các đặc điểm thang đo của các tác giả trong và ngoài nước đã nghiên cứu về quyết định mua hàng. Từ đó, mô hình lý thuyết nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua camera an ninh được đề xuất bao gồm 4 yếu tố độc lập: Đặc tính sản phẩm, Đặc điểm cửa hàng, Sự cảm nhận về giá, Thương hiệu sản

phẩm, và một yếu tố phụ thuộc Quyết định mua hàng với 3 biến quan sát trong thang đo. Bên cạnh đó, xem xét thêm yếu tố Đặc điểm khách hàng (sự khác biệt về giới tính, độ tuổi và thu nhập) của người dân ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt camera an ninh như thế nào. Vì vậy, nghiên cứu này là một bước đệm cần thiết cho việc chuẩn bị tiến hành một nghiên cứu chính thức, ứng dụng mô hình lý thuyết vào thực tiễn về quyết định mua camera an ninh của người dân TP. Long Xuyên ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lưu Thị Thùy Vân (2016). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua laptop mới của sinh viên tại thị trường Đà Nẵng. Truy cập tại http://tailieuso.udn.vn/bitstream/TTHL_125/6363/2/LuuThiThuyVan.TT.pdf
2. Phương Tiên (2024). Dịch vụ lắp đặt camera giám sát an ninh tại An Giang. Truy cập tại <https://fptcameraiq.vn/blog/camera-an-giang>
3. Trọng Đạt (2021). Tỷ lệ camera/người dân của Việt Nam ngang Nhật, bằng 1/5 Trung Quốc. Truy cập tại <https://vietnamnet.vn/ty-le-cameranguoi-dan-cua-viet-nam-ngang-nhat-bang-15-trung-quoc-791323.html>
4. Võ Thành Tâm (2016). Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lắp đặt hệ thống camera an ninh tại TP. Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng.
5. Hanaysha, J.R., (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchasedecision in the Malaysian retail market. PSU Research Review, 2(1), 7-23.
6. Kotler & Armstrong. (2012). Principles of marketing. 14th Edition, Pearson Education Limited, Essex, England.
7. Malviya, S., Saluja, M. S., & Thakur, A.S. (2013). A Study on the Factors Influencing Consumer's Purchase Decision Towards Smartphones in Indore. Available at https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2374621
8. Ichsan, M. (2012). The analysis of factors influences customer buying decision of Toyota car in Lippo Cikarang area, West Java. Available at <http://repository.president.ac.id/handle/123456789/2468>
9. Shabrin, Khandaker, Kashem, Hie & Susila. (2017). Factors Affecting Smartphone Purchase Decisions of Generation-Y. The Journal of Contemporary Issues in Business and Government, 23(1), 47-65.
10. Tech Target. (2011). Definition Closed circuit television (CCTV). Available at <https://www.techtarget.com/whatis/definition/closed-circuit-television-CCTV>.

Ngày nhận bài: 19/2/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/3/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/3/2024

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ THỊ NGỌC TIỀN

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

**BUILDING A THEORETICAL RESEARCH
FRAMEWORK ABOUT THE FACTORS INFLUENCING
THE DECISION OF RESIDENTS IN LONG XUYEN CITY
TO INSTALL SECURITY CAMERA SYSTEMS**

● Master. **LE THI NGOC TIEN**

An Giang University, An Giang, Vietnam

Vietnam National University Ho Chi Minh City, Vietnam

ABSTRACT:

This study presented a theoretical framework on the factors influencing the decision of residents in Long Xuyen city (An Giang province) to install security camera systems. The study reviewed theories and findings from both domestic and international research on the decisions of residents to install security camera systems. Based on the theoretical review, previous research, and survey models, the study proposed five groups of factors with 20 observed variables influencing the decision to install security camera systems, including: (1) Product characteristics; (2) Store characteristics; (3) Price perception; (4) Product brand; and (5) Customer characteristics.

Keywords: security camera system, security, Long Xuyen city, An Giang province.